

ИНТОЛЕРАНТНЫЙ КОНТЕНТ В РАЗВЛЕКАТЕЛЬНЫХ СООБЩЕСТВАХ СОЦИАЛЬНОЙ СЕТИ КАК НАРУШЕНИЕ ЭТИЧЕСКИХ НОРМ

Аннотация: В статье рассмотрена проблема интолерантности как публикаций социальных сетей, так и одобрительного отклика аудитории на них. Материал исследования составили около 500 публикаций популярных развлекательных сообществ «ВКонтакте». Авторы приходят к выводу, что спектр интолерантных тем очень широк, данные публикации воспринимаются аудиторией в качестве юмора или сарказма. В целом можно обнаружить положительный отклик пользователей на интолерантный контент. В качестве одного из основных направлений решения данной проблемы нам видится повышение общего уровня медийной грамотности пользователей.

Ключевые слова: *интолерантность, этические нормы, сообщества, социальная сеть, ВКонтакте.*

Arsentyeva A. D.

Morozova A. A.

INTOLERANT CONTENT IN ENTERTAINING COMMUNITIES OF SOCIAL NETWORKS AS THE VIOLATION OF ETHIC NORMS

Abstract: The article looks into a matter of intolerance of both publications in social networks and the approval of audience. The material of the research includes about 500 publications of popular entertaining communities of «VKontakte». The authors draw the conclusion that the range of intolerant subjects is quite broad, these publications are accepted by the audience as humour and sarcasm. In general, one may find positive feedback of users on the intolerant content. We see the increase of general level of media literacy of users as one of the basic directions of the problem's solution.

Keywords: *intolerance, ethic norms, communities, social network, VKontakte.*

Социальные сети в настоящее время являются самыми посещаемыми и популярными ресурсами. В отличие от профессиональных средств массовой информации, в социальных сетях морально-этические нормы базируются на особой социальной ответственности их пользователей, которые одновременно являются как создателями контента, так и его потребителями. Согласно современному толковому русскому языку Т. Ефремовой, «этика – это совокупность норм поведения, мораль какой-либо общественной группы, организации и т. п.» [2, с. 803]. Таким образом, поведение и ценностные ориентиры всех пользователей социальных сетей в целом будут составлять этические принципы данной группы общества.

В качестве одной из ведущих проблем нарушения этических норм следует назвать проблему интолерантности, которая может быть представлена как публикуемым контентом, так и мнением самой аудитории (в виде комментариев, лайков и репостов). «Декларация принципов терпимости», утвержденная на генеральной конференции ЮНЕСКО от 16 ноября 1995 г., гласит, что толерантность означает «уважение, принятие и правильное понимание богатого многообразия культур нашего мира, наших форм самовыражения и способов проявлений человеческой индивидуальности» [1].

По мнению Ю. В. Лопуховой, толерантность, как понятие этики, раскрывает специфическое содержание морали в части, относящейся к таким ее требованиям, как уважение, признание, принятие человеком человека как своего-другого [3, с. 70]. Но данные нормы оказываются часто нарушены как в публикациях социальных сетей, так и в реакции на них самой аудитории.

В качестве метода исследования мы выбрали анализ контента социальной сети «ВКонтакте». Выборку для материала исследования составили 10 развлекательных сообществ, входящих в список 100 самых популярных и посещаемых по официальной версии сайта «ВКонтакте»: MDK, 4ch, Академия Порядочных Парней, Орленок, Черный юмор, Злой гений, Эгоист, Корпорация зла, Как я встретил столбняк, Институт Благородных Девиц. В качестве критериев для выбора сообществ также были следующие: число подписчиков не менее 1 млн человек, достаточно широкий тематический диапазон (исключались сообщества, которые направлены на более узкие тематические сегменты, например, искусство, фильмы, конкретные личности и т. д.), частота публикаций – ежедневные публикации не менее 10 в день. В каждом сообществе было просмотрено 50 публикаций, начиная от самой верхней, то есть последней по времени на момент проведения выборки. Таким образом, количество подписчиков

данных групп превышает один миллион человек, а среднее количество постов в день составляет приблизительно 35 публикаций.

Исследование материалов развлекательных сообществ показало не только наличие значительного объема интолерантного контента в данных сообществах, но и разнообразие затронутых интолерантных тем. Также можно отметить наличие отклика аудитории на данные публикации – количество лайков (до 10 тысяч на одну публикацию) и репостов (несколько сотен на одну публикацию) демонстрируют положительное отношение к материалам.

Если наличие лайка подразумевает однозначно позитивное отношение к публикации, то мы предположим, что ретрансляция материала может быть сделана с негативным комментарием. Для проверки данной гипотезы мы просмотрели 80 репостов различных публикаций, составляющих материал исследования, из них ни к одному репосту не было комментария, который бы носил отрицательную, осуждающую коннотацию. Следовательно, в целом ретрансляция публикаций может являться индикатором одобрения данных материалов аудиторией.

По итогам анализа публикаций данных сообществ мы пришли к следующим выводам:

1) большинство групп и публичных страниц позиционируют себя как развлекательные сообщества и расценивают интолерантные публикации в качестве юмора или сарказма;

2) в данных развлекательных сообществах «ВКонтакте» записи, содержащие интолерантный контент, публикуются каждый день, их количество – не менее пяти публикаций в день;

3) наибольшую популярность получают записи интолерантного характера, состоящие из простых надписей на фотоизображениях, что говорит о сочетании визуализации и простоты подачи контента как благоприятной формы для восприятия аудиторией;

4) самой часто затрагиваемой темой интолерантных публикаций стал сексизм, выражающийся в обращении к гендерным стереотипам, наименьшее количество юмора можно отметить в отношении контента религиозного характера. Мы можем предположить, что это связано с нежеланием администрации сообщества столкнуться с уголовной ответственностью. При этом тема сексизма прослеживается даже в сообществах, где преобладает женская аудитория;

5) записи, затрагивающие эйблизм, содержат сарказм над психологическими заболеваниями, проблемами со зрением, а также шутки, направленные на людей с ограниченными возможностями здоровья;

6) аудитория сообществ чаще всего одобрительно относится к записям, ущемляющим чьи-либо права. В комментариях практически отсутствует обсуждение вопросов аморальности таких публикаций, так как пользователи изначально подписываются на данные публичные страницы и вступают в сообщества, зная о наличии там подобного контента;

7) в преобладающем большинстве подписчиками указанных групп являются мужчины, начиная со школьного возраста и старше (в среднем около 60-65 % в каждой группе);

8) в некоторых случаях очевидно искусственное наращивание числа подписчиков, однако даже немногочисленные комментаторы проявляют активность, которая никак не затрагивает вопрос нарушения норм этики или закона относительно данных публикаций.

Следовательно, проблема интолерантности, как одна из составляющих нарушений этических норм, в публикациях социальных сетей действительно является актуальной. В качестве одного из основных направлений решения данной проблемы нам видится повышение общего уровня медийной грамотности пользователей.

Литература

1. Декларация принципов терпимости [Электронный ресурс]. URL: http://www.un.org/ru/documents/decl_conv/declarations/ontoleranc.shtml (дата обращения: 10.03.2019).
2. Ефремова Т. Ф. Современный толковый словарь русского языка. Т. 3: Р-Я. / Т. Ф. Ефремова. М., 2006.
3. Лопухова Ю. В. Толерантность как понятие этики, как понятие морали и как личностная форма морального сознания // Философия образования. 2011. № 3. С. 69–73.

УДК 070.1:004.032.6 + 28 + 004.774.6

Гильманова А. Н.

Кобулова А. Б.

Российский исламский институт

ПРОБЛЕМАТИКА ЖУРНАЛИСТСКИХ ВЫСТУПЛЕНИЙ НА СТРАНИЦАХ МУСУЛЬМАНСКИХ ПОРТАЛОВ

Аннотация: Объектом исследования послужил анализ исламского контента на сайтах интернет-СМИ: <http://islam.ru>, <https://islam-today.ru>, <http://annisa-today.ru>. Методом контент-анализа проанализирована проблематика журналистских выступлений. На сайтах <http://islam.ru>